

CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA EN EL TENDIDO DE CRISTOS DE SAN MARTÍN DE HIDALGO, JALISCO

*Manuel Bernal Zepeda¹
Erick Pablo Ortiz Flores²
Sara del Rocío Robles Carrillo³*

RESUMEN

El turismo religioso es una estrategia de desarrollo local, que puede ser aprovechado por los municipios del estado de Jalisco, como es el caso de San Martín de Hidalgo, que cuenta con el Tendido de Cristos, producto de una tradición local, enraizada en la identidad e historia del lugar, la cual está incrustada en la Semana Santa. Consiste en que las familias poseedoras de Cristos, hacen un altar y tienden su crucifijo el Viernes Santo para velarlo, por lo que esos días la comunidad se convierte en un centro turístico religioso, recibe cerca de 20 mil visitantes quienes consumen y gastan, generando una derrama económica importante.

El presente trabajo es parte de un primer acercamiento al Tendido de Cristos en el municipio de San Martín de Hidalgo. El estudio es de tipo exploratorio y proporciona información para entender cómo es y se manifiesta la festividad religiosa en el municipio, quiénes son los turistas que pudieran hacer que la tradición se convierta en una estrategia de desarrollo local, creando empleos y generando ingresos a la comunidad. Por lo que consideramos conveniente centrar el estudio en el perfil de una parte de estos visitantes, sólo en el turista o visitante que se aloja uno o varios días en el municipio.

El objetivo del estudio es analizar las características del turista, su motivación y preferencias, con el fin de identificar acciones de mejora para atender al turismo religioso que encierra esta tradición. La investigación es de tipo cualitativa, se realizó trabajo documental y de campo, la información se obtuvo a partir de entrevistas a 60 turistas que participan en la tradición, y se complementó con las entrevistas a la Directora de Turismo y al cronista de San Martín de Hidalgo.

Los resultados permiten tener una caracterización del turista, y conocer los factores motivacionales y sus preferencias. Asimismo, identificar los puntos débiles, para mejorar los servicios complementarios y el evento.

CONCEPTOS CLAVE: 1. Turismo religioso, 2. Tendido de Cristos, 3. San Martín de Hidalgo

Introducción

El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de diferentes regiones de México, las cuales cuentan con estos recursos. La mayoría de la población mexicana, se identifica con la religión católica, por lo tanto, existe un flujo importante de peregrinos y turistas

¹ Doctor en Ciencias Económicas, Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara; manuel@valles.udg.mx

² Doctor en Desarrollo Económico, Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara; pablo@valles.udg.mx

³ Licenciada en Turismo; Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara; rosy.sara.95@gmail.com

religiosos que visitan los santuarios y festividades religiosas, teniendo una derrama económica que impacta el desarrollo de los lugares que los reciben (SECTUR, 2016; García, Pérez y Navarrete, 2017).

Este trabajo aborda una tradición religiosa conocida como el Tendido de Cristos, que se realiza en el municipio de San Martín de Hidalgo, Jalisco. La tradición está incrustada en la Semana Santa y consiste en que las familias poseedoras de Cristos, tienden su crucifijo el Viernes Santo para velarlo, por lo que esos días la comunidad se convierte en un centro turístico religioso. El más antiguo de los cristos cuenta con 300 años de antigüedad, los cuales son pasados de generación en generación, cada una de las esfinges tiene su nombre e historia propia (Secretaría de Cultura de Jalisco, 2016).

El evento religioso es producto de una tradición local, enraizada en la identidad e historia de San Martín de Hidalgo, la cual poco a poco comienza a ser reconocida en la región y el estado de Jalisco, así como una fecha vacacional para los migrantes de Estados Unidos. La tradición y organización del evento son promovidas por las familias poseedoras de Cristos, el gobierno local y la iglesia. En la actualidad, durante el Viernes Santo asisten alrededor de 20 mil visitantes⁴ (Tradición permanente en San Martín Hidalgo, 2017; Espera San Martín Hidalgo 20 mil visitantes en tradicional Tendido de Cristos, 2016).

Razón que ha llamado la atención de algunos investigadores del Centro Universitario de los Valles (CUValles) de la Universidad de Guadalajara, aunque se han realizado varios estudios de corte histórico y antropológico, no se ha abordado la parte del turismo religioso. Por lo que en 2018, se integró un grupo de investigadores del área de desarrollo local e inició el proyecto de investigación “Turismo religioso en la regiones Lagunas, Valles, y Costa-Sierra Occidental de Jalisco”, con la finalidad de no solo abarcar el turismo religioso de San Martín de Hidalgo, sino el territorio de tres regiones de Jalisco, el área de influencia del CUValles. El proyecto tiene como objetivo general analizar el potencial turístico religioso que tienen los municipios de las tres regiones y como puede ser aprovechado en su desarrollo económico.

El presente trabajo es parte de un primer acercamiento al Tendido de Cristos en el municipio de San Martín de Hidalgo. El estudio es de tipo exploratorio y proporciona información para entender cómo es y se manifiesta la festividad religiosa en el municipio, quiénes son los turistas que pudieran hacer que la tradición se convierta en una estrategia de desarrollo local, creando empleos y generando ingresos a la comunidad. Por lo que consideramos conveniente centrar el estudio en el perfil del turista que se aloja uno o varios días en el municipio, excluyendo al excursionista que solo está unas horas durante el recorrido y visita de los Cristos.

El turismo religioso es un movimiento multitudinario y este grupo de personas están dispuestas a vivir al máximo la experiencia y de manera única, son sumamente interesados en la historia del atractivo, su cultura, tradiciones, arte, religión, arquitectura y gastronomía. De allí la conveniencia de conocer la conducta o comportamiento de este tipo de turistas.

La pregunta que orientó el estudio es ¿Cuáles son las características de los turistas y qué factores los motivaron a participar de la tradición del Tendido de Cristos? Asimismo, el objetivo es analizar las

⁴ De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), los visitantes son las personas que viajan o visitan una localidad diferente a la de su residencia con una duración inferior a un año, por cualquier propósito, excepto para ser empleados de una organización establecida en dicha localidad o país. Pueden ser nacionales e internacionales, se dividen en dos categorías: excursionistas y turistas. Los turistas son visitantes que pernoctan en el destino, se quedan más de 24 horas, pero no más de un año, y viajan por motivos de recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes o negocios. En cambio, los excursionistas, son visitantes, pero no pernoctan en el destino, o no duran más de 24 horas en el lugar que visitan (Morillo, 2011, p. 143).

características del turista, su motivación y preferencias, con el fin de identificar acciones de mejora para atender al turismo religioso que encierra esta tradición.

La investigación es de tipo cualitativa, se realizó trabajo documental y de campo. En el primero se revisaron diferentes documentos e información de internet, para conocer el estado del arte sobre el turismo religioso, conceptualización, y fundamentación teórica, así como lo escrito de la tradición de Tendidos de Cristos en San Martín de Hidalgo.

Posteriormente, se realizó trabajo de campo, a partir de entrevistas a turistas que participan en la tradición y se alojaron un día o más en el municipio. Se entrevistaron a 60 turistas que fueron seleccionados de manera no estadística, se acudió a los dos sitios de mayor recurrencia por los turistas, la plaza principal y la Casa de la Cultura, ambos son lugares céntricos rodeados de comercios y el punto de reunión de los guías turísticos. A las personas entrevistadas primeramente se les preguntó por su lugar de procedencia y si se había alojado en el municipio, y una vez corroborado que la persona cubriera los criterios, se procedió con la entrevista. La información se complementó con las entrevistas a la Directora de Turismo y al cronista de San Martín Hidalgo, personas que conocen la tradición y el flujo del turismo religioso.

El documento está compuesto por la introducción, cuatro apartados y la conclusión. En el primero se ven los aspectos generales del turismo religioso y su relación con el desarrollo económico local, en el segundo se presenta información del municipio de San Martín de Hidalgo y sus aspectos religiosos, así como la potencialidad que tiene para este tipo de turismo. En el tercero se realiza una caracterización del turista, los factores motivacionales y sus preferencias. Por último, se presentan algunas recomendaciones que hicieron los turistas para mejorar los servicios complementarios y el evento.

1. Turismo religioso y desarrollo local

El turismo religioso, es una actividad que combina la religión y el turismo, en la que el turista busca un encuentro con lo divino, lo sagrado y espiritual, que solo puede alcanzar en ese sitio, a través de la peregrinación o manifestación religiosa, y que una vez cumplido, aprovecha para disfrutar de la cultura, la historia y otros atractivos del lugar (SECTUR, 2009; Tobón y Tobón, 2013; y García et al., 2017). Algunos autores señalan la relación que existe entre peregrino y turista religioso, haciendo difícil la diferenciación entre ambos, debido a que el turista se percibe como peregrino, y ambos buscan la autotransformación, la reflexión, el conocimiento y las experiencias de lo extraordinario y sagrado (Aulet y Hakobyan, 2011). La intensidad de la motivación religiosa define varios tipos de turista religioso, pudiéndose identificar en un extremo al peregrino y en el otro al turista secular o profano, y en medio después del peregrino al turista accidental, al turista religioso, y al turista cultural de patrimonio religioso, cada uno con diferente nivel de intensidad religiosa (Smith, 1992 citado por Cánoves, 2006; Aulet y Hakobyan, 2011).

Existen varias aproximaciones teóricas para el estudio del turismo, de las cuales dos resultan importantes para este trabajo. Una es la que considera al turismo como una variedad moderna de peregrinaje, de esa forma el turismo adquiere la connotación de espiritualidad y recreación. El turista escapa de su cotidianidad, busca darle sentido a su vida al reencontrarse con su ser espiritual y divertirse (Tobón y Tobón, 2013). El otro enfoque es el del turismo católico, a partir de los recorridos a santuarios y por los templos con valor histórico, y las fiestas religiosas (García et al., 2017).

Al ser el turismo una actividad económica que genera empleos e ingresos, con los cuales puede mejorar las condiciones de vida de los habitantes de diferentes regiones. En ese sentido, el turismo religioso puede ser aprovechado como estrategia de desarrollo económico local, por los lugares que cuentan con

el patrimonio físico y cultural religioso, como son: santuarios, templos, tradiciones, costumbres, fiestas religiosas, identidad, etc.

El desarrollo económico local es un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que mejora el nivel de bienestar de una localidad o región. También se le llama desarrollo territorial debido a que puede comprender una comunidad, municipio o región. Es promovido desde abajo mediante los recursos endógenos, e impulsado por la pequeña empresa (Vázquez Barquero, 2007 citado en Díaz, 2017).

El desarrollo económico local es un proceso colaborativo que implica la participación de los diferentes actores locales: gobierno, empresas y sociedad, con el propósito de fortalecer la economía local, generar empleos y mejorar la calidad de vida de la población. Al respecto Solari y Pérez (2005) señalan que el desarrollo local, se basa en la participación social, donde los habitantes son capaces de construir simbolismos y capital social, el cual brinda identidad a la población y transformación local. De tal forma que los habitantes son capaces de mejorar la calidad de vida de la localidad, construyendo su propio progreso. El turismo es una actividad económica y una estrategia de desarrollo económico local, contribuye a la economía local de manera directa al estimular el gasto de los viajeros y turistas, e indirecta al inducir la inversión, las compras y el empleo para atender la demanda turística (Díaz, 2017).

El turismo religioso representa un nicho de mercado importante, y en algunos casos el único elemento que tiene el lugar para dinamizar la economía local. En la actualidad, el gobierno local y la iniciativa privada están aprovechando los recursos y el patrimonio cultural, para impulsar el turismo religioso, en aras de generar el desarrollo económico de los territorios que reciben a los peregrinos, ya que éstos gastan y consumen, activan la economía local, generan empleo e ingresos (Martínez, 2013 citado por García et al. 2017).

En la literatura se señalan distintos casos de experiencias de lugares que han aprovechado lo religioso, para promover el turismo y generar el desarrollo local, convirtiéndose en centros devocionales y peregrinaje. En el caso de Jalisco los más visitados son: el Santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos y el Santuario de Santo Toribio Romo, en Santa Ana de Guadalupe, Jalostotitlán, ambos en los Altos de Jalisco; la Basílica de Nuestra Señora del Rosario en Talpa de Allende, Jalisco y el Santuario de la Virgen de Zapopan (Juárez, Ramírez, Mota, y Ramírez Valverde, 2012; Millán Vázquez, Pérez y Martínez, 2012; Fernández, 2012).

Algunos estudios han elaborado un perfil general del turista religioso, por lo regular son turistas que buscan crear un vínculo estrecho con el atractivo, les gusta sentirse acogidos por la comunidad y formar parte de ella, les gusta moverse en grupos para visitar los santuarios, buscan una experiencia que les genere tranquilidad y confort, le gusta sentirse seguro, quiere profundizar sus conocimientos sobre el lugar que visita, quiere conocer más de la cultura del lugar. El turista joven busca que su experiencia incluya el esfuerzo físico, como las caminatas y que haya acceso a internet. El turista de edad avanzada y con discapacidad busca comodidad y fácil acceso a los sitios religiosos. Los motivos más comunes para emprender el viaje, es hacer ofrendas, pedir algún favor o cumplir una manda (PROCOLOMBIA, 2015).

2. El Tendido de Cristos en San Martín de Hidalgo, Jalisco

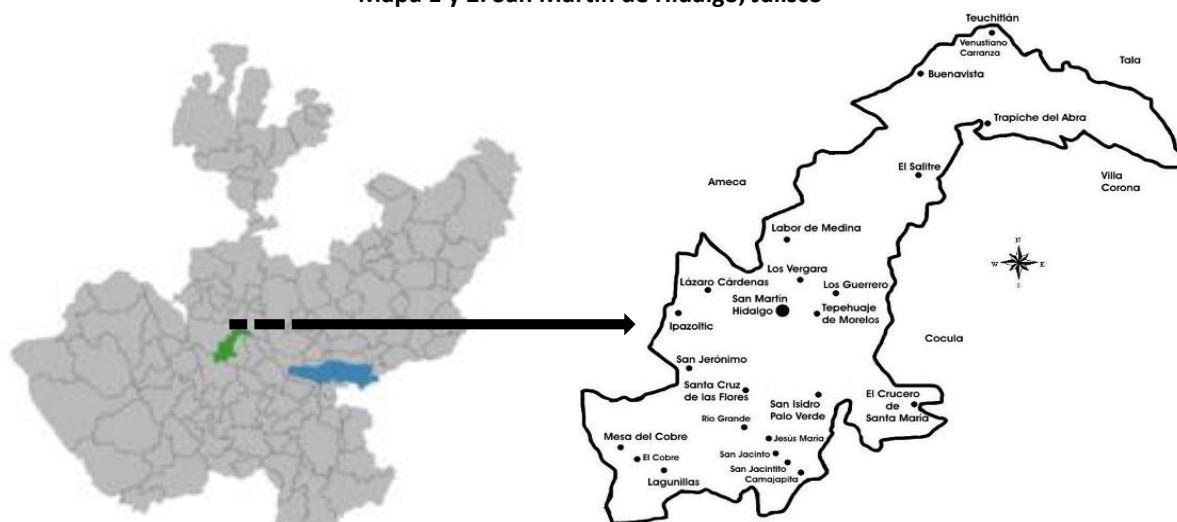
San Martín de Hidalgo es un municipio del estado de Jalisco, pertenece a la región Lagunas, colinda con los municipios de Ameca, Teuchitlán, Tala, Tecolotlán, Cocula y Villa Corona (mapa 1). Cuenta con una extensión de 324.57 kilómetros cuadrados y una población de 27,777 habitantes. El municipio tiene 38 localidades, siendo la cabecera municipal la más poblada con 8,092 habitantes, le siguen El Crucero de

Santa María con 3,556, El Salitre con 2,924, El Tepehuaje de Morelos con 2,523 y Buenavista con 2,363 habitantes (IIEG, 2018; Gobierno Municipal de San Martín de Hidalgo, s.f).

La agricultura y la ganadería son las principales actividades económicas de San Martín de Hidalgo, y la actividad empresarial consiste en pequeños comercios y prestadores de servicios. En el municipio hay cuatro establecimientos de hospedaje, de los cuales tres son hoteles de tres estrellas y uno de una estrella, con un total de 64 habitaciones (Secretaría de Turismo Jalisco, 2017).

El municipio cuenta con recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados en el desarrollo de actividades turísticas. Tiene la Sierra de Quila, que es un área natural protegida, cuenta con manantiales, varias cascadas, amplia variedad de flora y fauna, además de disponer de miradores que permiten admirar hermosos paisajes. En cuanto a lo cultural cuenta con la tradición del Tendido de Cristo, evento religioso que la comunidad católica realiza durante la Semana Santa (Gobierno Municipal de San Martín de Hidalgo, s.f).

Mapa 1 y 2. San Martín de Hidalgo, Jalisco



Fuente: Tomados de [Wikipedia](#) y De [Carlos N. M.](#)

El municipio de San Martín de Hidalgo, fue fundado por los misioneros franciscanos en 1540, y desde entonces fue muy importante su influencia e impacto para los pobladores. Por medio de los Tendidos de Cristos los franciscanos evangelizaron a los indígenas y se convirtió en una tradición que perdura en la actualidad, la vida de los sanmartinenses está ligada a la religión católica (Zepeda, 2012). Aunque la cabecera municipal es una ciudad pequeña, guarda los rasgos de un pueblo con sus tradiciones y costumbres; cuenta con tres templos católicos, la Parroquia de San Martín de Tours (templo principal) que está dedicado a San Martín de Tours, edificado en el siglo XIX. Enfrente de éste se ubica La Conchita, el primer templo que hubo en la población dedicado a Nuestra Señora de la Purísima Concepción, es de arte barroco tardío del siglo XVII, y finalmente la capilla del Calvario de estilo neoclásico, data de 1902 (Zepeda, 2012).

Para el regidor de la Comisión de Cultura y cronista del Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, periodo 2018-2021, la religiosidad es uno de los principales ejes de una comunidad, la mayor parte de la vida de las personas gira alrededor de las festividades religiosas, las cuales son movidas por la fe. Para los sanmartinenses, la religión siempre ha jugado un papel en la conformación de su identidad (Sergio Zepeda Navarro, comunicación personal, 6 de octubre de 2018).

El Tendido de Cristos es un festejo solemne que representa la crucifixión de Jesús, consiste en la exposición de varias imágenes de Cristo, colocados por sus propietarios en diferentes casas de la ciudad. Es decir, los dueños de las imágenes los exponen en un altar colocado en un cuarto, cochera o patio de sus casas. La exposición inicia por la tarde del Viernes Santo y algunas familias los dejan hasta el sábado y domingo.

Los feligreses y visitantes recorren la ciudad visitando las imágenes expuestas. Las familias poseedoras de los Cristos, abren las puertas de sus casas para que se reúna toda la familia, reciben visitas de amigos, familiares y turistas durante todo el día, conviven, algunos ofrecen comida y postres tradicionales de temporada. Aunque la exposición de los Cristos es el Viernes Santo, la tradición comienza quince días antes, el viernes de Lázaro, fecha en que las familias preparan el germinado de diferentes semillas (chía, alfalfa, trigo, garbanzo o frijol) que serán utilizadas en los tendidos. El miércoles de la Semana Santa se realiza todo un ritual con las imágenes, son bajadas del lugar donde se tienen por un cuidador o padrino (previamente asignado), quienes las llevan al Templo del Calvario en donde se les da un baño simbólico con algodones y aceites, al término se ofrece una misa y se bendicen a las imágenes, entonces los padrinos hacen el cambio de cendal de sus respectivas escultura. Todos los años el varón cambia el cendal.

La mañana del Viernes Santo, la familia comienza a preparar el Tendido, y entre las tres de la tarde abren sus casas, invitando a los transeúntes, turistas o personas de la misma localidad a pasar, rezar y velar al Cristo tendido. Convierten el lugar en una pequeña capilla, compuesta por diferentes elementos, los cuales tienen su propio significado (Imagen 1), las veladoras representan la luz que se debe seguir después de la muerte, las plantas como la col aluden a la espuma de mar, las palomas habaneras muestran el arrepentimiento o luto a través de su triste cantar, y la Virgen Dolorosa, a un costado del Cristo, evoca el dolor de una madre que ha perdido a su hijo, las 33 velas refieren la edad que tenía Jesús al momento de su muerte, 12 veladoras muestra los apóstoles, las ramas de sabino, olivo y jaral representan al Huerto de Olivos, las naranjas agrias con clavos de olor incrustadas en la fruta refieren la amargura del momento y el dolor que sentía Cristo, las flores significan la resurrección y por ultimo a un lado se pone una pecera refiriéndose a la multiplicación de panes y peces (Secretaría de Cultura de Jalisco, 2016).

Imagen 1. Representación del tendido de un Cristo



Fuente: Fotografía tomada por Sara del Rocío Robles Carrillo, 2018

Durante la fiesta religiosa la cabecera municipal, se convierte en un lugar concurrido y visitado por los pobladores aledaños y turistas, lo que activa la economía local, de tal manera que la derrama económica de esos días es significativa. De acuerdo a los datos de la Dirección de Turismo del H. Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, en los últimos tres años aumentó la afluencia de visitantes al Tendido de Cristos. En el 2016 se registraron 15,392 visitantes, con una derrama económica en menos de una semana de \$1'231,360 pesos, durante ese año el gasto promedio de cada persona que asistió al evento se estimó en \$80 pesos. En el año 2017, se reflejó un aumento considerable en la asistencia, 17,728 personas acudieron a la festividad, la derrama económica fue de \$1'595,520, el gasto promedio aumentó a \$90 pesos por visitante. Durante el año 2018, se presentó una baja en la afluencia, se recibieron 13,648 visitantes y la derrama económica fue de \$1'228,320 pesos, y el gasto por visitante se mantuvo en \$90 pesos. El 42% de los visitantes al Tendido de Cristos, son de las localidades y municipios aledaños, el 37% de otros municipios del estado de Jalisco, un 4% de otros estados del país, y un 17% del extranjero, principalmente migrantes mexicanos en Estados Unidos (Datos de la Dirección de Turismo de San Martín de Hidalgo).

La tradición del Tendido de Cristos ha sido promovida primordialmente por el H. Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, los dueños de los Cristos y la iglesia, es una manifestación de fe por el solo hecho de que los fieles arriban a la festividad en silencio, con ofrendas para los crucifijos, oran, expresan su sentir espiritual, incluso algunos creyentes lloran, pero sobre todo la unificación familiar tan íntima que se origina, ocasiona una vivencia única de gran trascendencia e inigualable (Sergio Zepeda Navarro, comunicación personal, 6 de octubre de 2018).

Cada Cristo tiene su nombre, su historia y por ende sus seguidores, entre los más concurridos y famosos están: el Cristo de la Piedad (siglo XVII), el Señor de la Agonía (siglo XIX), el Cristo de los Pescadores (siglo XIX), el Cristo del Calvario (siglo XIX), el Cristo de la Encarnación (siglo XIX), el Cristo de la Salud. Época (siglo XIX), el Señor de la Expiración (finales del siglo XIX), el Cristo de la Buena Muerte (siglo XX), el Cristo San Salvador (siglo XVII), el Cristo de la Santísima Trinidad (época desconocido), el Señor de los Cristeros (primera mitad del siglo XVII), el Cristo de la Agonía (primera mitad del siglo XIX), el Cristo del Pozo (siglo XVII-XVIII), el Cristo de la Misericordia (aproximadamente siglo XVII), el Señor del Mezquite (siglo XVIII) entre otros (Secretaría de Cultura de Jalisco, 2016).

En entrevista con la licenciada Leslie Brissete García Ruelas, Directora de Turismo de San Martín de Hidalgo (2015-2018), mencionó que en los últimos años se le ha dado una mayor difusión a la tradición del Tendido de Cristos, esfuerzos que han dado frutos. La Declaratoria de Patrimonio Cultural del Estado de Jalisco (10 de octubre de 2016), abrió las puertas en la promoción de este patrimonio, lo cual ha traído mayores beneficios, no solo por los visitantes que viven la tradición, sino también en el interés de distintos medios de comunicación, que buscan llevar la información al hogar de los que no pudieron asistir. También ha dado apertura a ser visitados por especialistas en el tema religioso, cultural, curadores e historiadores. Todo esto deja una mayor derrama económica y de afluencia turística (Leslie Brissete García Ruelas, comunicación personal, 18 de julio de 2018).

Existen dos aspectos que atraen al visitante del Tendido de Cristos, uno es porque la tradición es única en el país, y el otro, deriva de que los visitantes y turistas que visitan las casas de los Cristos, quedan asombrados, por la forma en que se presentan, desde tendidos muy modestos en casas de adobe, con teja, donde los propietarios siempre han sido los mismos, hasta casas muy elegantes donde los tendidos que se elaboran son muy costosos, lo que genera diferentes perspectivas (Sergio Zepeda Navarro, comunicación personal, 6 de octubre de 2018).

Para Sergio Zepeda el Tendido de Cristos genera dos beneficios a la localidad, por un lado, el de la religiosidad, la trasmisión de los valores religiosos, y por el otro, la posibilidad de que la tradición sea un detonante del turismo, aunque requiere bastante trabajo con los prestadores de servicios (Sergio Zepeda Navarro, comunicación personal, 6 de octubre de 2018).

3. Características del turista en el Tendido de Cristos

En esta parte, se presentan las características de los turistas que visitan el Tendido de Cristos en San Martín de Hidalgo. La información permite tener un perfil de los turistas que se alojaron en la localidad, y que regularmente pasaron la noche en ella, ayudándonos a tener una idea de quiénes son, de dónde vienen y qué les gusta del evento, así como el impacto turístico que generan, y puede ser aprovechado en el desarrollo del municipio.

La información se obtuvo el día 30 de marzo de 2018, a partir de entrevistas a turistas que fueron seleccionados de manera no estadística, se abordaron en los hoteles, puntos estratégicos del centro histórico y durante el recorrido en el evento. Se pudo entrevistar a 60 turistas, de los cuales se presenta la información.

En cuanto a la edad, se considera la edad de los 60 informantes, pero al evento asisten niños en una proporción alta. El 59% de los informantes tiene una edad de entre 15 y 44 años de edad, el resto una edad mayor a 44 años. La participación mayoritaria fue de 35 a 44 años, también se observó que la participación de adolescentes y jóvenes es muy notoria, aun sabiendo que se trata de un evento religioso. Respecto al género de los turistas informantes, las mujeres representan el 62%, por lo tanto, son quienes más participan.

Respecto al lugar de procedencia de los turistas, el 75% de los visitantes provienen de 13 municipios del estado de Jalisco (por orden de participación de Guadalajara, Ameca, Cocula, Tala, Zapopan, Tlajomulco, Tlaquepaque, Ahualulco, Tequila, y Villa Corona, entre otros), el 24% de 9 estados del país (Sinaloa, Colima, Michoacán, Baja California, Coahuila, Ciudad de México, Puebla, Querétaro, y San Luis Potosí), y un 1% de Estados Unidos.

Por lo tanto, se puede comprender que el mayor grado de participación se encuentre dentro del estado de Jalisco debido a ciertos aspectos tales como la cercanía que influye en el gasto del viaje. Por ejemplo, San Martín de Hidalgo se encuentra a menos de 100 kilómetros de Guadalajara, Ameca, Cocula y Tala, los municipios de mayor afluencia de turistas. Se puede decir, que el alcance local que tiene el evento, responde a cuestiones geográficas, económicas y sociales.

Al analizar la ocupación de los turistas, el 25% son profesionistas en su mayoría entre 25 y 44 años, el 17% son estudiantes que la mayoría tiene entre 15 y 24 años, el 12% comerciantes de los cuales el 83% tiene una edad de 35 a 54 años, el 10% son amas de casa de una edad de 35 a 64 años, el 10% empleados de distintas empresas con una edad de 35 a 65 años, y un 5% contempla investigadores, agricultores, choferes, vendedores y personas jubiladas.

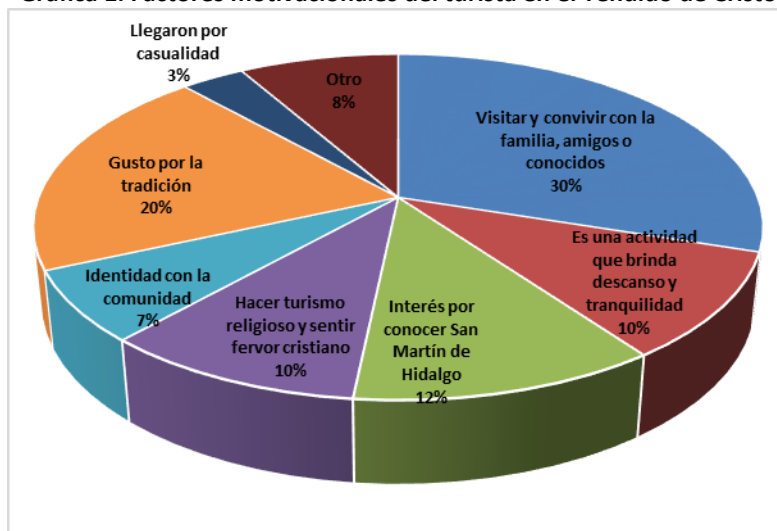
Para conocer la afluencia turística que tiene el evento, se le preguntó al entrevistado, si asistió solo o acompañado y cuántos días se quedó en el lugar. El 12% viajó solos, el 47% viajó con 1 a 3 acompañantes, y el 41% en grupos de 4 a 15 personas. De los turistas entrevistados el 47% solo se quedó un día, el 32% dos días, y un 21% tres días. El 63% de los turistas se alojó en casa de algún familiar, y el 37% en los hoteles del municipio, quienes mencionaron la falta de hoteles y la poca calidad del servicio.

Lo anterior muestra una oportunidad de negocio para las familias de San Martín de Hidalgo, ya que el porcentaje que incumbe el alojamiento con algún familiar o amigo abre la posibilidad para pensar nuevas formas de este negocio. Por ejemplo, a través de economías colaborativas por medio de plataformas como *Airbnb*, donde las familias del municipio que cuenten dentro de su casa con habitaciones disponibles, puedan alojar a los turistas que pueda demandar este evento. El plantear este escenario, pudiera permitir al pueblo de San Martín de Hidalgo incrementar los ingresos económicos durante esa temporada y, además, difundir el evento a través de esta plataforma para que tenga más alcance.

En cuanto al medio por el que se enteró el turista del evento. El 79% por la recomendación de familiares o amigos, el 11% mediante el internet, y un 10% por la radio, periódico y material promocional. Solo el 67% de los turistas entrevistados, habían escuchado con anterioridad sobre la tradición del Tendido de Cristos. Resalta el uso del internet, en el cual se puede aprovechar las redes sociales y pequeños videos del evento. En la entrevista realizada a la Directora de Turismo de San Martín (2015-2018), mencionó que en los últimos años se le ha dado una mayor difusión a esta tradición, esfuerzos que en sus palabras han dado frutos (Leslie Brissete García Ruelas, comunicación personal, 18 de julio de 2018).

El principal motivo que impulsó a los turistas a asistir al evento es el de visitar y convivir con la familia o amigos (30% de los entrevistados), un 20% se debe al gusto por la tradición, y un 12% el interés por conocer San Martín de Hidalgo, un 10% porque es una actividad que brinda descanso y tranquilidad (gráfica 1). Es decir, el 60% de los entrevistados que tienen conocimiento previo del evento, asiste principalmente por dos motivos: visitar a los familiares que se tienen en San Martín de Hidalgo y por el gusto de participar en esta actividad. Es importante mencionar que algunos de los entrevistados, incluso sabían del evento, aunque estuvieran o vinieran de otro estado de la república, como Colima, Coahuila, Michoacán y Sinaloa.

Gráfica 1. Factores motivacionales del turista en el Tendido de Cristos



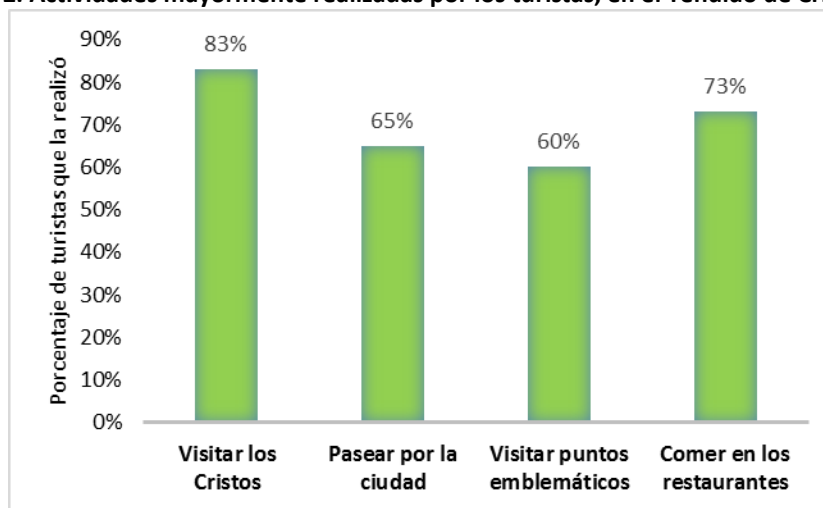
Fuente: Elaboración propia basada en los resultados obtenidos de la encuesta marzo 2018.

En cambio, para el 33% de los entrevistados que no tenían conocimiento del evento antes de poder asistir, el 18% se enteró por medio de una recomendación familiar o por una amistad. El 8% se enteró vía internet por medio de las redes sociales u otras plataformas, cabe destacar que en este porcentaje se enmarcan turistas que vienen de otro estado, por ejemplo, Colima, la Ciudad de México, Querétaro y San Luis Potosí, es decir, esta vía puede ser una buena estrategia para dar difusión al evento y atraer a más turistas de otros estados del país. El resto se enteró por la radio y la prensa, o llegó por casualidad al

evento. En este caso, no existe un motivo en particular que destaque más dentro de este aspecto, pudiese decirse que el de mayor representatividad es el de visitar a la familia y convivir con los amigos, con un 30%.

A los entrevistados se les pidió valorar las actividades que practicaron en su estancia, resultando que la actividad mayormente practicada y valorada fue visitar los cristos, el 83% de los entrevistados lo tuvo como prioridad. Le sigue comer en los restaurantes y negocios de comida y pasear por el municipio (gráfica 2). Este evento genera en el municipio una derrama económica, según la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, cercana a los dos millones de pesos, producto de actividades del comercio y los servicios.

Gráfica 2. Actividades mayormente realizadas por los turistas, en el Tendido de Cristo, 2018



Fuente: Elaboración propia basada en los resultados obtenidos de la encuesta marzo 2018.

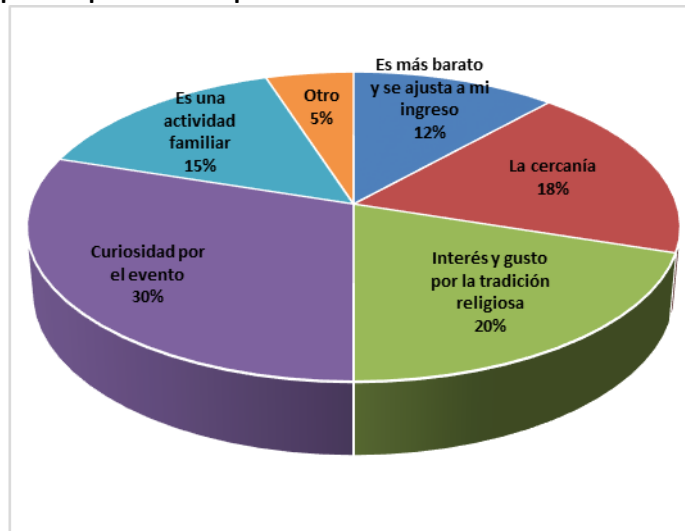
En cuanto a porque prefirió el turista venir al Tendido de Cristos y no a otro lugar turístico, el 30% de los entrevistados prefirió asistir al evento por mera curiosidad; 20% lo hizo por interés y gusto por la tradición; 18% dijo que la cercanía del evento fue el motivo principal por el que acudió (gráfica 3). Estos tres motivos, según los entrevistados, son las principales razones por las que asistieron al evento, después, viene una serie de justificaciones donde involucran más de una opción para participar en el “Tendido de Cristos”. Por ejemplo, algunos mencionan que es más barato en comparación con otros eventos similares, como el de Talpa de Allende o incluso ir a la playa. Otros de los entrevistados, además de considerar que es un evento barato, también piensan que es una actividad familiar.

Es oportuno considerar la magnitud que tiene este evento y mencionar que los efectos locales, se pudieran comprender considerando que las personas que asisten a este, es debido a la cercanía que tiene el Tendido de Cristos respecto a su lugar de origen. Ya que la mayoría provienen de municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara y municipios de Jalisco, es decir, la posición geográfica juega un papel importante para atraer turistas, así como los costos que ocasionan estos desplazamientos. Además, el aspecto cultural-religioso de los habitantes es vital, pues de manera general un porcentaje significativo comentó asistir al evento por el gusto a esta tradición y por otros motivos. Por lo tanto, se podría decir que la preferencia de los turistas recae en lo geográfico, en lo económico y en la cultura religiosa de esos habitantes de esos lugares mencionados.

Lo que más les gustó del evento a los entrevistados fue la amabilidad con la que fueron tratados por las personas de San Martín de Hidalgo, de hecho el 73% lo valoró como “excelente”. El 40% catalogó la

organización del evento como “buena”; el involucramiento de la iglesia, de acuerdo con el 38% de los entrevistados fue considerado como “regular”. El 55% cree que la participación del Ayuntamiento en el “Tendido de Cristos” fue buena y, por último, un 43% le pareció excelente la seguridad y tranquilidad del municipio. Debido al anterior, se les preguntó si asistiría o no otra vez, a lo cual el 95% de los entrevistados está dispuesto asistir de nueva cuenta.

Grafica 3: Razones por las que el turista prefirió acudir a el Tendido de Cristos 2018 y no a otro lugar



Fuente: Elaboración propia basada en los resultados obtenidos de la encuesta marzo 2018.

También se le pidió a los turistas entrevistados que de acuerdo a su experiencia, valoraran los servicios ofrecidos por el municipio: alimentos y bebidas, hospedaje, transporte, estacionamiento vehicular, servicio de guías turísticos, cajeros bancarios, acceso de las calles y banquetas, limpieza de la ciudad y, seguridad pública. Los resultados indican que la mayoría de los servicios no tienen una buena valoración, casi la mitad de los entrevistados valoran como buenos los siguientes servicios: la limpieza de la ciudad, las calles y banquetas, y la seguridad pública. Los menos valorados fueron los cajeros bancarios y el servicio de estacionamiento público (gráfica 4). Este pequeño análisis muestra un diagnóstico de los servicios más elementales que se ofrecen en el municipio y con ello, cómo poder mejorar la satisfacción del turista en los días de este evento, cuáles servicios se ofrecieron y cuáles son los que tienen mayor demanda por el turismo, entre otras cosas.

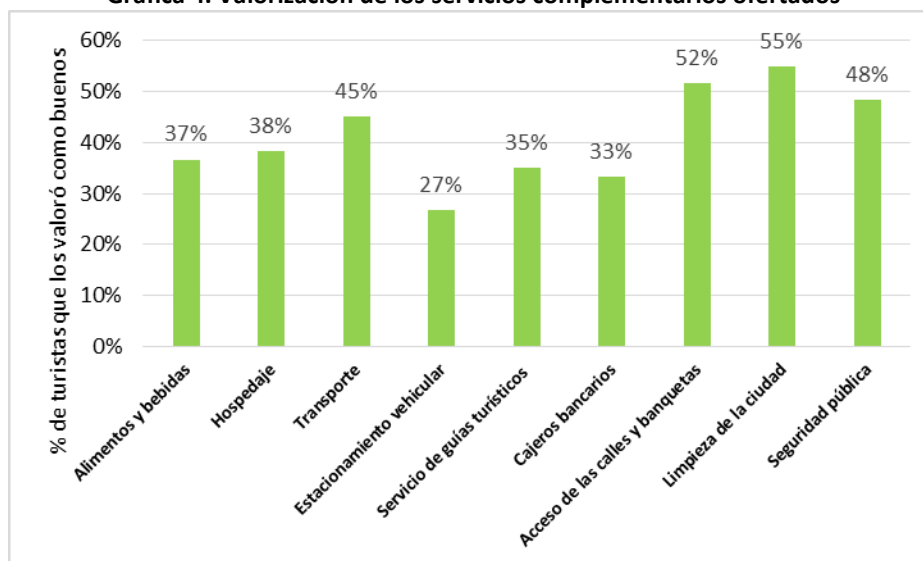
En cuanto a si el evento cumplió las expectativas de los turistas, el 58% mencionó que se cumplieron conforme a lo esperado; el 35% consideró que se superaron y que les quedan ganas de volver a participar; y el 7% dijo que el evento estuvo debajo de las expectativas. El 95% mencionó que asistirían nuevamente al evento.

Sin embargo, no solamente las cuestiones geográficas, económicas o cultural-religiosas, influyen en la decisión del turista para acudir a tal evento, una vez inmiscuido el turista, es necesario ofrecerle algo más. En ese sentido, habría que considerar que parte de esa nueva asistencia al evento, es porque existe una relación muy estrecha con los servicios que el municipio pueda ofrecer a los turistas. Es decir, la satisfacción en los servicios que ofrezca el pueblo de San Martín de Hidalgo a los turistas, así como la organización del evento, influirán en la decisión del turista para participar en los siguientes años.

Asimismo, aspectos como la atención y amabilidad de los habitantes, la seguridad del municipio, la limpieza de la ciudad, el acceso a servicios bancarios, estacionamiento, hospedaje, y un servicio de guía

turístico capacitado en el tema, atraerán a los mismos y a más turistas para que participen en el evento. Es decir, estos aspectos tendrán la consigna de ampliar el alcance que hasta el momento tiene el “Tendido de Cristos”, si estos se cumplen a cabalidad, lo anterior también. El 97% de los entrevistados mencionó que sí recomendaría el evento a otras personas. Eso quiere decir que los turistas se han ido satisfechos con lo que hasta el momento han visto en el “Tendido de Cristos”.

Grafica 4. Valorización de los servicios complementarios ofertados



Fuente: Elaboración propia basada en los resultados obtenidos de la encuesta marzo 2018

4. Recomendaciones de los turistas para mejorar el evento

Con el fin de identificar acciones de mejora y que pudieran posteriormente llevar a una estrategia para aprovechar el turismo religioso en Semana Santa, se le pidió al turista que hiciera recomendaciones tanto para el evento y los servicios complementarios, las cuales fueron clasificados en alimentos, transporte y vialidad, guías de turistas, hospedaje, información de los Cristos, y generalidades del evento. Los turistas hicieron las siguientes recomendaciones:

a. Servicio de comida.

- Mejorar el servicio de alimentos.
- Ampliar el horario de los negocios de comida.
- Poner más puestos de comida.
- Mejorar la distribución del servicio de comida.

b. Servicio de transporte y vialidad.

- Poner más camiones que recorran rutas diferentes.
- Que haya más señalización en las calles y carreteras.
- Mejorar las carreteras.

- Que haya personal de tránsito ayudando con la vialidad.
 - Poner más estacionamientos.
 - Ampliar el horario de los estacionamientos.
 - Que exista mejor circulación y vialidad de los vehículos durante el evento.
- c. Hotelería.
- Mejorar el servicio de los hoteles.
 - Que existan más hoteles.
- d. Los guías turísticos.
- Que haya más guías para el evento.
 - Que los guías no modifiquen la historia de los Cristos, ni la del municipio.
 - Que le den a conocer realmente a los turistas el sentido de la tradición.
 - Capacitar a los guías.
- e. Información de los Cristos.
- Poner el nombre de los Cristos.
 - Información actualizada y verídica.
 - Explicar el significado de cada parte del Tendido en los folletos.
 - Que los propietarios de los Cristos sean los que expliquen la historia.
- f. Sobre el evento.
- Poner a tiempo módulos de información.
 - Mayor difusión.
 - Que haya sillas de rueda para las personas mayores.
 - Más información para los visitantes.
 - Más actividades durante el evento.
 - Mejores servicios turísticos.
 - Que participe un poco más el Ayuntamiento.
 - Que cada año sea mejor.

g. Otras recomendaciones en general.

- Ofrecer más atracciones.
- Traer a la Virgen de Talpa.
- Más oferta de servicios turísticos

Comentarios finales y conclusiones

El turismo religioso es una estrategia de desarrollo local, que puede ser aprovechado por los municipios del estado de Jalisco, como es el caso de San Martín de Hidalgo, que cuenta con la tradición del Tendido de Cristos. Durante la Semana Santa recibe cerca de 20 mil visitantes quienes consumen y gastan, generando una derrama económica importante. El Ayuntamiento, iglesia y el sector privado del municipio, puedan planear el desarrollo turístico de la ciudad y explotar más esta tradición, que cada año suma más visitantes y turistas. Por otra parte, los habitantes deben ser tomados en cuenta, para que se comprometan y conserven la tradición, como parte de su identidad y cultura, que será aprovechada para fortalecer el turismo religioso.

El turista religioso que se aloja uno o varios días en San Martín de Hidalgo durante el Tendido de Cristos, la mayoría tiene una edad entre 15 y 44 años de edad y en mayor proporción son mujeres que hombres. Asimismo, el 75% de los visitantes provienen de 13 municipios del estado de Jalisco como Guadalajara, Ameca, Cocula, Tala, Zapopan, Tlajomulco, Tlaquepaque, Ahualulco, Tequila, y Villa Corona, entre otros, el 24% de 9 estados del país (Sinaloa, Colima, Michoacán, Baja California, Coahuila, Ciudad de México, Puebla, Querétaro, y San Luis Potosí), y un 1% de Estados Unidos. El 12% viajó solos, el 47% con 1 a 3 acompañantes, y el 41% en grupos de 4 a 15 personas. El 47% solo se quedó un día, el 32% dos días, y un 21% tres días. El 63% de los turistas se alojó en casa de algún familiar, y el 37% en los hoteles del municipio.

El 30% de los turistas tuvo como motivo principal para asistir al evento, visitar y convivir con la familia o amigos, un 20% se debe al gusto por la tradición, y un 12% el interés por conocer San Martín de Hidalgo, un 10% porque es una actividad que brinda descanso y tranquilidad. En cuanto a las actividades que realizaron el 83% de los entrevistados tuvo como prioridad visitar los Cristos, le siguió comer en los restaurantes y negocios de comida y pasear por el municipio.

Al turista lo que más les gustó del evento, fue la amabilidad con que los trataron por las personas de San Martín de Hidalgo y la organización del evento. Respecto a por qué el turista prefirió venir al Tendido de Cristos en vez de otro lugar turístico, el 30% asistió al evento por mera curiosidad; 20% lo hizo por interés y gusto por la tradición; 18% dijo que la cercanía del evento fue el motivo principal por el que acudió.

El Tendido de Cristos es una tradición religiosa que por el momento tiene un impacto pequeño, que convoca a visitantes en su mayoría locales y regionales, pero que puede potencializarse para convertirla como la romería a la Virgen de Talpa o la Virgen de Zapopan, en Jalisco. Todo esto implica un trabajo arduo, desde la preparación y organización del evento, capacitación de los poseedores de Cristos, ampliación de los servicios complementarios y de los servicios públicos, formación de guías de turistas, que conozcan el significado del evento y puedan transmitir el verdadero valor de la tradición. De igual manera, se requiere hacer más investigación que ayude a conocer y explicar su impacto en la economía local.

Referencias

Aulet Serrallonga, Silvia y Hakobyan, Karine., (2011). "Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya" en *Revista Iberoamericana de Turismo RITUR*. Año 1, número 1, pp. 63-82. Disponible en: www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/download/241/189

Cánoves Valiente, Gemma, (2006) "Turismo religioso en Monserrat: Montaña de fe, montaña de turismo" en *Cuadernos de Turismo*, número 18, pp. 63-76. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801802>

Díaz, Guillermo, (2017) "Turismo y desarrollo local" en *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, volumen 15, número 2, pp. 333-340.

"Espera San Martín Hidalgo 20 mil visitantes en tradicional Tendido de Cristos" (2016), *Axópolis*, 22 de marzo de 2016, disponible en: <http://www.axopolis.com/jalisco/secretaria-de-turismo/14716-espera-san-martin-hidalgo-20-mil-visitantes-en-tradicional-tendido-de-cristos.html> [fecha de acceso 18 de noviembre de 2018].

Fernández Poncela, Anna María (2012) "La Virgen de Talpa: religiosidad, turismo y sociedad" en *Política y Cultura*, volumen 38, pp. 29-48.

García Muñoz, Cecilia, Pérez Sánchez, Beatriz y Navarrete Torres, María del Carmen (2017) "La importancia del turismo religioso en México" en *International Journal of Scientific Management and Tourism*, volumen 3 número 1, pp. 133-146. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5975088.pdf>

Gobierno Municipal de San Martín de Hidalgo (s.f) Plan Municipal de Desarrollo 2015-2018. Jalisco, México. Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, disponible en: <https://seplan.app.jalisco.gob.mx/biblioteca/archivo/descargarArchivo/2143>

IIEG (2018) *San Martín Hidalgo: Diagnóstico del municipio, mayo 2018*. Jalisco, México. Instituto de Información Estadística y Geográfica.

Juárez Sánchez, José Pedro, Ramírez Valverde, Benito, Mota Vargas, José Alejandro y Ramírez Valverde, Gustavo (2012) "Peregrinación y turismo religioso en los santuarios en México" en *Rev. Geogr. Valpso*, número 46, pp. 41-53.

Millán Vázquez de la Torre, Genoveva, Pérez Naranjo, Leonor M., y Martínez Cárdenas, Rogelio (2012) "Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: Una comparación de estudios de caso" en *Cuadernos de Turismo*, número 30, pp. 241-266.

Morillo Moreno, Marysela Coromoto (2011) "Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación" en *Visión Gerencial*, número 1, enero-junio, pp. 135-158. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>

PROCOLOMBIA (2015). Diez características del turista religioso, 30 de septiembre de 2015. Disponible en: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/diez-caracteristicas-del-turista-religioso> [fecha de acceso 25 de noviembre de 2018].

Secretaría de Cultura de Jalisco (2016) *Informe del Proyecto de Conservación de las Esculturas de la Tradición Inmaterial del “Tendido de Cristos” de San Martín de Hidalgo, Jalisco*. Guadalajara, México. Secretaría de Cultura de Jalisco.

Secretaría de Turismo Jalisco (2017) *Anuario estadístico. Estadísticas del sector turístico*. Guadalajara, México. Secretaría de Turismo Jalisco. Disponible en: <https://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas> [fecha de acceso 25 de noviembre de 2018].

SECTUR (2016) “México entre los países más visitados por turismo religioso”. *Secretaría de Turismo Prensa, comunicado* 25, 11 de febrero de 2016, disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-entre-los-paises-mas-visitados-por-turismo-religioso-sectur> [fecha de acceso 18 de noviembre de 2018].

SECTUR (2009) *Dimensionamiento del turismo espiritual en México*. México, D.F. Secretaría de Turismo del Gobierno Federal.

Solari y Pérez (2005) “Desarrollo local y turismo: Relaciones, desavenencias y enfoques” en *Economía y Sociedad*, volumen 10, número 16, pp. 49-64. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=51001603> [fecha de acceso 25 de noviembre de 2018].

Tobón Perilla, Sandra Maribel y Tobón Perilla, Natalia (2013) “Turismo religioso: fenómeno social y económico” en *Anuario Turismo y Sociedad*, volumen 16, pp. 237-249.

“Tradición permanente en San Martín Hidalgo” (2017) *El Informador*, 16 de abril de 2017, disponible en: <https://www.informador.mx/Suplementos/Tradicion-permanente-en-San-Martin-Hidalgo-20170416-0105.html> [fecha de acceso 18 de noviembre de 2018].

Zepeda Navarro, Sergio (2012) *Tendido de Cristos: Imágenes, historia y tradición*. México. H. Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo.